

# Observatório do Emprego



NEWSLETTER #20 Julho 2021

ISSN 2184-7894

## Estratégias de Marketing digital

As inovações trazidas com a transformação digital em conjunto com as restrições da pandemia do COVID-19 potenciaram o uso de plataformas digitais para o e-commerce. Na medida em que os consumidores passaram a evitar os estabelecimentos físicos, também desenvolveram uma maior confiabilidade e capacidade para interagir com a tecnologia digital e assim melhorar experiência online, o que se traduziu no aumento do uso destas plataformas virtuais.

É nesse contexto a definição de uma estratégia de marketing digital se torna importante para especificar opções no que concerne aos canais online, bem como às táticas de disseminação de conteúdo das empresas. Numa pesquisa realizada, em 2021, pela SmartInsights foi constatado que 44% das empresas estão envolvidas no marketing digital, mas, não possuem, porém, uma estratégia consolidada.

Assim, como pontos fundamentais apontados para o sucesso da estratégia de marketing digital incluem-se a contínua pesquisa de informação, com o objetivo de conhecer o público-alvo, os seus concorrentes, as expectativas de mercado e, nomeadamente, como o consumidor interage com o conteúdo online. Outro ponto fundamental é estabelecer metas e objetivos, além de especificar uma mensagem clara e definida. A participação dos stakeholders no processo de planeamento das ações também é parte da montagem da estratégia, assim como ter em consideração aspetos como a conscientização da marca, o envolvimento digital, o compromisso de vendas e a fidelização de clientes.

A ampliação do conteúdo com qualidade, a otimização da estratégia do uso de emails, foco no “retorno” e criação de experiências virtuais dos produtos ou serviços são exemplos de ações a serem adotadas que permitirão uma maior conexão com o consumidor final e um aumento da exposição da marca, possibilitando atingir mais facilmente as metas estabelecidas.

Dessa forma, são apontadas algumas tendências para o ano de 2021 que deverão ser consideradas nas estratégias de marketing digital. De entre elas destaca-se a expansão do e-commerce e a tendência de permanência da modalidade de trabalho remoto e os eventos híbridos, o que levará a uma adaptação das empresas tanto para atrair como para estreitar a relação com o consumidor online, com o uso diversificado das tecnologias e plataformas digitais como medias sociais das empresas, podcasts, aplicativos móveis, propaganda online e email.

Outra tendência é o uso de tecnologias como a inteligência artificial, para melhorar a comunicação e entender o comportamento de compra do consumidor final, e o uso de ferramentas de automação para responder às necessidades dos consumidores. Além disso, estes chatbots e assistentes virtuais poderão simplificar e personalizar a experiência dos compradores. Por último, a sustentabilidade é um tópico de grande importância na sociedade, e que deve e está a ser incorporado pelos líderes das empresas. E nesse contexto, o marketing digital sustentável tem como objetivo promover os projetos social e ambientalmente responsáveis, práticas e valores da marca, como forma de compartilhar conhecimento com seu público quanto a questões ambientais, além de apoiar inovações sustentáveis. E para mais, está a necessidade de desenvolver novas competências e criar estratégias de formação para seus colaboradores de forma a atender as expectativas do mercado cada vez mais exigente.



Barsegyan, O.V. (2021) 5 Digital Marketing Trends. In 2021. Forbes. Acessado em: 04/07/2021

Deksnyte, I. (2021) Five tips for creating a successful digital marketing strategy. Forbes. Acessado em: 04/07/2021

Meyer, E.F. (2021) Five ways to optimize your digital marketing strategy. Forbes. Acessado em: 04/07/2021

Fonte da imagem: De muneefarman por Pixabay. Acessado em 09/07/2021.

## O papel do Design Thinking e Mindset na transformação digital das organizações

Atualmente é constante a procura pela incorporação tecnológica nas organizações, através da automação e da integração de sistemas, com o objetivo de reduzir custos, aumentar a interoperabilidade como também de melhorar a qualidade do serviço e o tratamento da informação.

A designada 4ª Revolução industrial tem levado a gestão a investir de forma crescente na transformação digital de produtos e processos, levando à novas formas de criar e entregar valor, mesmo em setores tradicionais da indústria e da economia. Em grande medida, o êxito desta transformação pode ser atribuído a capacidade de pensar os processos e a criação de valor de forma diferenciada, através da combinação das ferramentas digitais com talento e novas competências.

Têm sido avançadas três categorias de princípios chave para o sucesso: (i) liderança – capacidade para atrair pessoas e potenciar o desenvolvimento de competências, (ii) tecnológica – associada ao uso de sistemas aumentados, mistos e de realidade virtual, inteligência artificial e serviços cognitivos e ciência de dados a serem aplicados de forma eficaz na organização e (iii) comportamental.

Em termos comportamentais, as organizações precisam ter capacidade de lidar com a rutura digital e de se adaptar às mudanças, uma vez que os padrões comportamentais de pensamento, bem como as emoções tendem a influenciar a forma como as pessoas irão trabalhar. Para isso, incorporar metodologias como o design thinking que possibilitem, e, de forma inclusiva aprender com pessoas com diferente perspetivas, irá tornar-se vital num mundo altamente digital.

Neste contexto, outro aspeto importante é o *Mindset*. A forma como se pensa sobre algo pode moldar crenças, ações e relações no interior das organizações e estas igualmente influenciam e são influenciados pelas práticas e valores da empresa. O *Mindset* é particularmente importante para os empreendedores, pois muitas vezes trabalham sozinhos, sendo fundamental estarem capacitados para traçar novos caminhos.

Uma outra área de importância crescente é a modelação de processos de negócios pelo contributo que pode aportar para a melhoria de processos. Além disso possibilita ganhos importantes no tempo necessário para implementar mudanças na capacidade de visualizar ciclo de produção e de tomada de decisão, de forma se ter uma resposta mais eficaz. Criar valor, aprender com o insucesso, ver o lado positivo, celebrar o sucesso, ter um espaço para mudanças, liderar com propósito e estar atento fazem parte de um conjunto de técnicas de *Mindset* que podem ajudar no crescimento das organizações.

Assim, para que a transformação digital seja bem-sucedida dentro e para as organizações, para além de uma boa estratégia em relação ao uso de tecnologias, é necessário mobilizar talentos multidisciplinares, líderes visionários e um conjunto de competências técnicas e comportamentais que permitam aproveitar todo o potencial das novas tecnologias digitais. As transformações na cultura organizacional são complexas por envolverem diversos aspetos como o: comportamento e a mentalidade de seus colaboradores, as práticas organizacionais que os influenciam e os valores da empresa.



Wishart-Smith, H. (2021) Getting in tune: innovation, co-creation and design thinking. Forbes. Acessado em 09/07/2021

Poon, S. (2021) The Power of a mindset shift to build or enhance your business. Forbes. Acessado em 09/07/2021

Quora. (2021) How to cultivate a listening mindset. Forbes. Acessado em 09/07/2021

Fonte da imagem: Pixabay. Acessado em 09/07/2021



## Saiba que...Indústria 4.0 e sustentabilidade caminham em conjunto

Os conceitos de “indústria 4.0” (I4.0), “sustentabilidade” e “economia circular” têm vindo a popularizar-se e a servir como motor de transformação em diversos setores económicos. O objetivo é o avanço para a economia verde, de forma a compatibilizar o crescimento económico e a consciência ambiental.

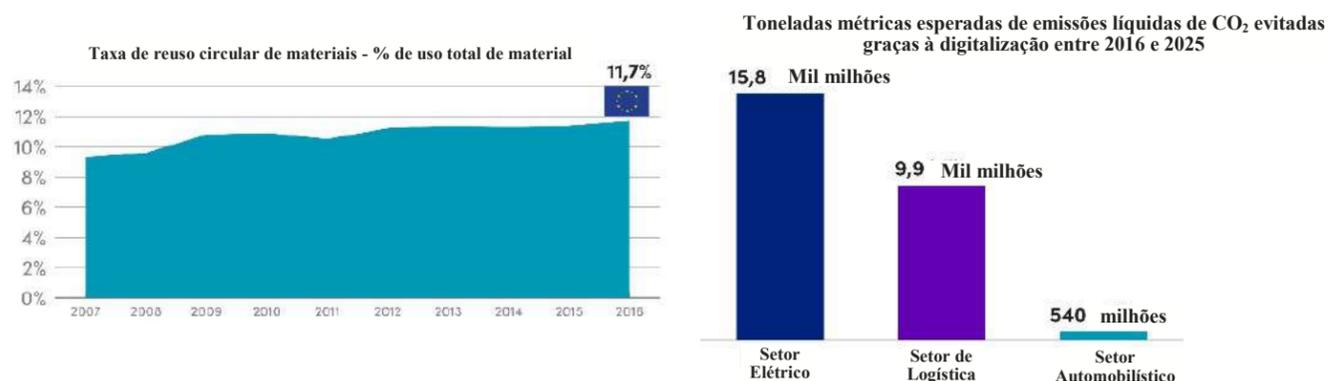
O avanço da Indústria 4.0 promete estimular o aparecimento de um novo modelo tecno-económico, pautado por um contínuo de transformação digital de criação de valor, de forma agregada nos processos e nas cadeias de abastecimento. Nesse contexto, as inovações tecnológicas subjacentes da I4.0 poderão levar a práticas de produção mais sustentáveis, alinhadas com os três pilares da sustentabilidade, para além de atingir o potencial da economia circular: económico, social e ambiental.

Assim, ao mesmo tempo em que se avança rapidamente na 4ª Revolução Industrial, a emergência climática torna-se mais urgente e assistimos a um aumento no desenvolvimento de competências relacionadas no seio das empresas. Emergem também modelos de liderança capazes de promover, tanto a sustentabilidade quanto ações de requalificação dos seus colaboradores, de forma a abraçar este novo conceito e interagir com as novas tecnologias.

Ações chave como a incorporação de tecnologias como Inteligência Artificial, Machine Learning e Internet das Coisas, a par de novos sistemas operacionais contribuem para melhorar a eficiência dos processos, mas também para dimensionar novas soluções em toda a empresa.

Nesse sentido, as melhorias na eficiência com a adoção de tecnologias podem levar a uma redução no consumo de materiais e nas emissões atmosféricas, uma vez que, nomeadamente, os processos de fabricação respondem por 54% do consumo global de energia e 20% das emissões no mundo (Betti, 2020). Exemplos da inclusão de tecnologias nos processos empresariais e de fabricação, como plataformas de dados em nuvem e gestão digital, permitiram responder às expectativas dos clientes e consumidores sobre os serviços e sustentabilidade, além de reduzir custos, stocks e desperdícios de material.

Assim, a 4ª Revolução Industrial irá, a par da incorporação de inovações tecnológicas para melhorar os processos industriais, trazer benefícios aos consumidores. É também cada vez mais abordada como uma fonte de aprendizagem compartilhada contribuindo para tornar o mundo mais limpo e sustentável.



Até 2025, 15% de todo o material usado na economia europeia deve ser reaproveitado

Em 2025, a Europa deve ter economizado 26 bilhões de toneladas de CO<sub>2</sub> com a digitalização de setores intensivos em recursos

É nesta temática da sustentabilidade que o projeto Think Twice, em que a Universidade de Aveiro (UA) participa se baseia. O projeto Think Twice é cofinanciado pelo programa Erasmus+ e tem como objetivos melhorar a sustentabilidade ambiental nos projetos financiados pela União Europeia e ampliar a perceção sobre as possibilidades de gestão de projetos verdes e ajudar os gestores a tomar decisões mais conscientes relativamente às questões ambientais.

Para saber mais, acesse a: <https://thinktwice.management/>

## Arranque dos programas de formação de competências do futuro desenhadas pelo Observatório do Emprego

A partir do mês de setembro de 2021 arrancam os 4 programas de formação piloto, nas áreas identificadas nas ações de diagnóstico conduzidas pelo Observatório do Emprego como prioritárias e necessárias para qualificação em Aveiro. As formações são destinadas à recém graduados e profissionais, estando disponíveis um máximo de 20 lugares por curso.

A primeira área temática de formação “**Do chão de fábrica às aplicações de Machine Learning na industria 4.0**” tem como objetivos aumentar as competências dos formandos para lidar com tecnologias recentes ligadas à arquitetura de sistemas, bases de dados (no)SQL, criação e orquestração de micro-serviços, machine learning, deep learning, pipelines de mensagens via brokers, continuous integration e continuous delivery, com especial foco na resolução de problemas de big data no contexto da Indústria 4.0.

A segunda área temática de formação será “**Aprendizagem automática e análise de dados em larga escala (Machine Learning and Big Data Analytics)**” que visa aumentar as competências dos formandos acerca de tecnologias big data e virtualização de armazenamento, preparar dados para treino de modelos, lidar com tecnologias recentes ligadas a machine learning e deep learning, medição e comparação de desempenho de diversas abordagens com especial foco na resolução de problemas de machine learning no contexto da Indústria 4.0.

Já a terceira área temática de formação será “**Marketing digital**” com o objetivo de promover a formação a profissionais de marketing, gestão e afins, em temas relevantes do marketing digital e contribuir para o aumento da competitividade das instituições para que colaboram ou venham a colaborar, dotando-os de conhecimentos e competências de marketing digital adequados ao contexto atual.

A última área temática de formação será “**Conceção, modelação e gestão de Processos**” com os objetivos de introduzir a metodologia de Design Thinking na forma de trabalhar das empresas portuguesas e munir os profissionais de ferramentas criativas de resolução de problemas. Além de buscar a melhoria de processos, procurando a otimização de recursos e a redução de desperdícios. Assim, este curso tem como objetivo a sensibilização dos formandos nesta matéria, de forma a capacitá-los para o incremento de valor nos processos onde operam. Neste curso serão abordados os conceitos relacionados com a Gestão de Processos (operacionais, administrativos e/ou de gestão), assim como algumas metodologias, métodos e ferramentas que potenciem a análise e desenho de processos, com foco na notação padrão BPMN 2.0

A participação nas formações é gratuita, mas, sujeita a inscrição e seriação. As candidaturas para os cursos estão a decorrer em: <https://cutt.ly/in0NRxB>

Mais informações sobre as formações podem ser obtidas em: <https://www.unave.pt/?formacao=info-uia>



Para saber mais sobre o Observatório do Emprego de Aveiro <http://observatoriodoemprego.web.ua.pt/>

Para saber mais sobre as Urban Innovative Actions: <https://www.uia-initiative.eu/en/uia-cities/aveiro>

Para saber mais sobre o projeto: <https://www.aveirotechcity.pt/pt/atividades/observatorio-do-emprego>

Gostaria de receber mais informações? Inscreva-se e receba a newsletters do OE: [observatoriodoemprego@ua.pt](mailto:observatoriodoemprego@ua.pt)

**Contatos**

**Observatório do Emprego**  
observatoriodoemprego@ua.pt  
@observatoriodoemprego

**Câmara Municipal de Aveiro**  
www.cm-aveiro.pt

**Universidade de Aveiro**  
www.ua.pt

**Inovaria**  
www.inovaria.pt

Main Urban Authority: AVEIRO CÂMARA MUNICIPAL, TECH CITY  
Delivery Partners: altice labo, instituto de telecomunicações  
Funding: INOVARIA, Universidade de Aveiro, CEDES, AVEIRO STEAM CITY, UIA, União Europeia

Betti, F. (2020) How manufacturing can thrive in a digital world and lead a sustainable revolution.. Acessado em: 08/07/2021.  
Fulop, R. (2020) These 4 simple solutions can help make the manufacturing industry more sustainable. Acessado em: 08/07/2021.

Fonte dos gráficos: <https://www.digitaleurope.org/resources/innovative-and-sustainable-europe-that-brings-benefits-to-society-at-large-and-invests-in-future-generations/> Acessado on 09/07/2021.